

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN MELALUI  
E-COMMERCE SHOPEE PADA MASYARAKAT  
MILENIAL DI KABUPATEN CIREBON**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat  
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

**AGHNIYATUSSALMA**

**NIM : 1808204039**

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
SYEKH NURJATI CIREBON  
TAHUN 2022 M/1443 H**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN MELALUI  
*E-COMMERCE* SHOPEE PADA MASYARAKAT  
MILENIAL DI KABUPATEN CIREBON**

**SKRIPSI**



**AGHNIYATUSSALMA**

**NIM : 1808204039**

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
SYEKH NURJATI CIREBON  
TAHUN 2022 M/1443 H**

## ABSTRAK

**AGHNIYATUSSALMA. NIM: 1808204039. “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN MELALUI E-COMMERCE SHOPEE PADA MASYARAKAT MILENIAL DI KABUPATEN CIREBON”.** Skripsi 2022.

*Perkembangan teknologi yang semakin pesat mengakibatkan perubahan perilaku berbelanja konsumen dari offline menjadi online, hal demikian mendorong munculnya berbagai macam e-commerce di dunia. E-commerce yang sedang berkembang pesat saat ini adalah Shopee, dengan menempati peringkat kedua e-commerce terlaris setelah Tokopedia. Maraknya penggunaan perawatan kulit di kalangan remaja memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk bersaing merebut pasar, sehingga menyebabkan persaingan ketat para pelaku usaha agar tetap dipasaran dan menarik konsumen untuk melakukan keputusan pembelian secara online.*

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk kecantikan melalui e-commerce shopee pada masyarakat milenial di Kabupaten Cirebon, pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian produk kecantikan melalui e-commerce shopee pada masyarakat milenial di Kabupaten Cirebon, pengaruh harga dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian produk kecantikan melalui e-commerce shopee pada masyarakat milenial di Kabupaten Cirebon.*

*Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah Masyarakat milenial yang berdomisili di Kabupaten Cirebon yang pernah membeli produk kecantikan di E-commerce Shopee. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 195 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas, uji parsial (uji t), uji kelayakan model (uji F), dan uji koefisien determinasi.*

*Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa; 1) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara harga dan keputusan pembelian, hal ini terbukti dengan nilai t-hitung  $(6,622) > (1,9724)$  t tabel dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . (2) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kepercayaan dan keputusan pembelian, hal ini terbukti dengan nilai t-hitung  $(4,072) > (1,9724)$  t tabel dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . (3) Terdapat pengaruh secara simultan antara variabel harga dan kepercayaan terhadap variabel keputusan pembelian, hal ini terbukti dengan nilai F hitung sebesar  $(54,583) > (3,04)$  F tabel dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hasil uji koefisien determinasi diperoleh perhitungan sebesar 35,6% dan sisanya 64,4% dipengaruhi oleh variabel lain.*

**Kata Kunci:** Harga, Kepercayaan, Keputusan Pembelian

## ABSTRACT

**AGHNIYATUSSALMA. NIM:1808204039. AFFECTING THE PURCHASE DECISION OF BEAUTY PRODUCTS THROUGH E-COMMERCE SHOPEE ON MILENIAL COMMUNITIES IN CIREBON DISTRICT.** Thesis 2022.

*Rapid technological developments have resulted in changes in consumer shopping behavior from offline to online, thus encouraging the emergence of various kinds of e-commerce in the world. E-commerce that is currently growing rapidly is Shopee, which is ranked as the second best-selling e-commerce after Tokopedia. The widespread use of skin care among teenagers provides an opportunity for business actors to compete for the market, thus causing intense competition for business actors to remain in the market and attract consumers to make online purchasing decisions.*

*This study aims to determine the effect of price on purchasing decisions of beauty products through e-commerce shopee in millennial communities in Cirebon Regency, the influence of trust on purchasing decisions of beauty products through shopee e-commerce on millennial communities in Cirebon Regency, the influence of price and trust on purchasing decisions. beauty products through e-commerce shopee in millennial communities in Cirebon Regency.*

*This research is a quantitative research. The population in this study is millennial people who live in Cirebon Regency who have bought beauty products at Shopee E-commerce. The sampling technique used was purposive sampling with a total sample of 195 people. Data collection techniques using a questionnaire that has been tested for validity and reliability. The data analysis techniques used were normality test, heteroscedasticity test, multicollinearity test, partial test ( $t$ ), model feasibility test ( $F$  test), and coefficient of determination test.*

*The results of this study indicate that; 1) There is a positive and significant effect between price and purchasing decisions, this is proven by the  $t$ -count value  $(6.622) > (1.9724)$   $t$  table and the significance value is  $0.000 < 0.05$ . (2) There is a positive and significant effect between trust and purchasing decisions, this is proven by the  $t$ -count value  $(4.072) > (1.9724)$   $t$  table and a significance value of  $0.000 < 0.05$ . (3) There is a simultaneous effect between the price variable and trust in the purchasing decision variable, this is proven by the calculated  $F$  value of  $(54.583) > (3.04)$   $F$  table and the significance value of  $0.000 < 0.05$ . The results of the determination coefficient test obtained a calculation of 35.6% and the remaining 64.4% was influenced by other variables.*

**Keywords:** Price, Trust, Purchase Decision

## المخلص

اغنية سلمى. رقم الإعلان: 1808204039. "العوامل التي تؤثر على قرارات شراء منتجات التجميل من خلال متجر التجارة الإلكترونية في المجتمعات المحلية في منطقة سيريبون". أطروحة 2022

أدت التطورات التكنولوجية السريعة إلى حدوث تغييرات في سلوك التسوق لدى المستهلك من الإنترنت إلى الإنترنت ، مما شجع على ظهور أنواع مختلفة من التجارة الإلكترونية في العالم. التجارة الإلكترونية التي تنمو بسرعة حاليًا هي يوفر الاستخدام الواسع . Tokopedia ، والتي تم تصنيفها على أنها ثاني أفضل التجارة الإلكترونية مبيعًا بعد Shopee النطاق للعناية بالبشرة بين المراهقين فرصة لممثلي الأعمال التجارية للتنافس على السوق ، مما يتسبب في منافسة شديدة للفاعلين التجاريين للبقاء في السوق وجذب المستهلكين لاتخاذ قرارات الشراء عبر الإنترنت

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد تأثير السعر على قرارات شراء منتجات التجميل من خلال متجر التجارة الإلكترونية في مجتمعات الألفية في سيريبون ريجنسي ، وتأثير الثقة على قرارات شراء منتجات التجميل من خلال التجارة الإلكترونية للمتسوقين في مجتمعات الألفية في سيريبون ريجنسي ، تأثير السعر والثقة على قرارات الشراء. منتجات التجميل من خلال متجر التجارة الإلكترونية إلى مجتمع الألفية في سيريبون ريجنسي

هذا البحث هو بحث كمي. السكان في هذه الدراسة هم من جيل الألفية الذين يعيشون في سيريبون ريجنسي الذين اشترى كانت تقنية أخذ العينات المستخدمة هي أخذ عينات هادفة مع عينة إجمالية . Shopee E-commerce منتجات التجميل في من 195 شخصًا. تستخدم تقنية جمع البيانات استنباطًا تم اختياره للتأكد من صحته وموثوقيته. كانت تقنيات تحليل البيانات ، واختبار (ui t) المستخدمة هي اختبار الحالة الطبيعية ، واختبار التغيرية ، واختبار الخطية المتعددة ، والاختبار الجزئي ، واختبار معامل التحديد (F اختبار) الجدوى النموذجية

t- نتائج هذه الدراسة تشير إلى: (1) هناك تأثير إيجابي ومعنوي بين قرارات السعر والشراء ، وقد ثبت ذلك من خلال قيمة جدول وقيمة المعنوية  $0.000 < 0.05$ . (2) هناك تأثير إيجابي وهام بين قرارات الثقة  $t (1.9724) > count (6.622)$  وقيمة دلالة  $0.000 < 0.05$ . (3) يوجد  $t$  جدول  $(1.9724) > t-count (4.072)$  والشراء ، وقد ثبت ذلك من خلال قيمة المحسوبة  $F$  متزامن. التأثير بين متغير السعر والثقة في متغير القرار الشرائي ، ويتم إثبات ذلك من خلال قيمة وقيمة المعنوية  $0.000 < 0.05$ . وحصلت نتائج اختبار معامل التحديد على حساب  $F (54.583) < (3.04)$  وتأثرت النسبة المتبقية  $64.4\%$  بمتغيرات أخرى

الكلمات المفتاحية: السعر ، الثقة ، قرار الشراء

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

**SKRIPSI**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN MELALUI E-COMMERCE  
SHOPEE PADA MASYARAKAT MILENIAL DI KABUPATEN CIREBON**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Pada Jurusan Ekonomi Syariah  
Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

Oleh:

Aghniyatussalma

NIM: 1808204039

Pembimbing :

Pembimbing I,



Nining Wahyuningsih, SE., MM

NIP. 19730930 200710 2 001

Pembimbing II,



Ema Nurhaerani MH

NIP. 19900717 201710 3 201

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Syari'ah



**NOTA DINAS**

Kepada Yth:  
**Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN  
Syekh Nurjati Cirebon**  
di  
**Cirebon**

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi berikut ini :

Nama : Aghniyatussalma  
NIM : 1808204039  
Fakultas/Jurusan : Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam/Ekonomi  
Syari'ah


Judul Skripsi : **"FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN MELALUI E-COMMERCE SHOPEE PADA MASYARAKAT MILENIAL DI KABUPATEN CIREBON"**.

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam (FSEI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon untuk dimunaqosyahkan.

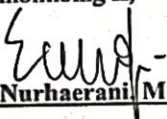
*Wa'alaikumussalam Wr.Wb.*

Menyetujui:

Pembimbing I,

  
**Nining Wahyuningsih, SE., MM**  
NIP. 19730930 200710 2 001

Pembimbing II,

  
**Ema Nurhaerani, MH**  
NIP. 19900717 201710 3 201

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Ekonomi Syari'ah



## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN MELALUI *E-COMMERCE* SHOPEE PADA MASYARAKAT MILENIAL DI KABUPATEN CIREBON”. oleh **Aghniyatussalma**, NIM : 1808204039, telah diajukan dalam sidang Munaqosyah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal 22 Juni 2022.

Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat mendapat gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjai Crebon.

### Sidang Munaqosyah

Ketua Sidang,



Sekretaris Sidang,

**H. Achmad Oton Busthomi, Lc., M.Ag**  
NIP. 19731223 200701 1 022

Penguji I,

**Moh. Mabruri Faozi, MA**  
NIP. 19780205 201101 1 004

Penguji II,

**Afif Muamar, M.H.I**  
NIP. 19851219 201503 1 007



## PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

*Bismillahirrahmanirrahim*

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Aghniyatussalma

NIM : 1808204039

Tempat, Tanggal Lahir : Cirebon, 17 Januari 2000

Alamat : Dusun 02 Rt 05 Rw 02 Desa Kedongdong Kecamatan Susukan  
Kabupaten Cirebon

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul " FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN MELALUI E-COMMERCE SHOPEE PADA MASYARAKAT MILENIAL DI KABUPATEN CIREBON" ini beserta isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Semua ide, pendapat, atau bahan dari sumber lain telah dikutip dengan referensi yang sesuai.

Sehubungan dengan pernyataan ini, saya siap untuk menanggung segala resiko atau sanksi yang dikenakan kepada saya berdasarkan peraturan yang berlaku jika di kemudian hari terjadi pelanggaran etika ilmiah atau kebenaran pekerjaan saya.

Cirebon, 9 Juni 2022

Yang membuat pernyataan,



Aghniyatussalma

NIM.1808204039

## KATA PERSEMBAHAN

*Bismillahirrahmanirrahim*, dengan kerendahan hati saya panjatkan puja dan puji syukur kepada Dzat Yang Maha dari segala Maha, Sumber dari Segala Sumber, dan pemilik dari segala nama tidak lain adalah Allah SWT. Kemudian bingkisan sholawat yang terindah tiada hentinya saya curahkan kepada junjungan kami, jendral islam kami Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabatnya.

Dengan segala ketulusan hati, kupersembahkan goresan yang sederhana dengan penuh suka cita. Ku persembahkan untuk orang tak hentinya Memberikan cinta kasih dan kasih sayang, susah payah, keringatnya yang mengalir demi memperjuangkanku, ketulusan jiwa yang senantiasa membimbing dan menjadi sahabat selama aku dilahirkan didunia ini dan Skripsi ini penulis persembahkan:

1. Teruntuk kedua orang tua saya yang tercinta yaitu Bapak Usman dan Ibunda tercinta Ibu Sofiyatun yang telah mengerahkan seluruh tenaga, pikiran, dan selalu memberi dukungan beserta doanya di setiap detiknya agar dimudahkan segala urusan dan skripsinya dilancarkan, lewat wasilah beliau skripsi saya berjalan dengan lancar. Semoga setiap tetes keringatmu semoga Allah balas dengan Syurga di akhirat kelak.
2. Teruntuk adik saya Zahra Auliah terimakasih atas doa dan dukungan yang telah diberikan kepada saya selama ini.
3. Teruntuk keluarga saya dari Bapak Amari dan Ibu Waenah dan para anak-anaknya yaitu Anwar, Maesunah, dan Nasikhin yang selalu mendoakan dan memberi support sehingga skripsi ini berjalan dengan lancar.
4. Teruntuk Dosen pembimbing saya Ibu Nining Wahyuningsih, SE., MM dan Ibu Emah Nurhaerani, MH, serta dosen-dosen Ekonomi Syariah yang selalu membimbing saya sehingga bisa melangkah sejauh ini.
5. Teruntuk sahabat-sahabat saya, Wiwik Meliawati Safitri, Nur Hayyah Falabibah, Laelatul Fauziyah, Nursiti, Diyah Ismiati, Lina Nur Jannah, Firdiana Rahmawati, Maulidiah, Siti Nur Farida, dan teman-teman lainnya yang selalu memberi saya semangat dan support.

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama Lengkap Aghniyatussalma, penulis dilahirkan di Cirebon pada tanggal 17 Januari 2000. Penulis adalah anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Usman dengan Ibu Sofiyatun. Penulis beralamat di Dusun 02 Rt 05 Rw 02 Desa Kedongdong Kecamatan Susukan Kabupaten Cirebon.

Jenjang pendidikan yang pernah ditempuh penulis yaitu sebagai berikut:

1. TK Wathoniyah Gintung Lor Lulus Tahun 2006
2. Sekolah Dasar Negeri (SDN) 1 Kedongdong Lulus Tahun 2012
3. Madrasah Tsanawiyah Negeri (MTsN) Babakan Ciwaringin Cirebon Lulus Tahun 2015
4. Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 2 Cirebon Lulus Tahun 2018

Riwayat pendidikan non Formal:

1. Madrasah Diniyah Awaliyah (MDA) Jagat Rata Lulus Tahun 2012
2. Madrasah Alhikamus Salafiyah Putri (MHSP) Babakan Ciwaringin Cirebon Lulus Tahun 2018
3. Pondok Pesantren Assalafiat II Ciwaringin Lulus Tahun 2018
4. Pondok Pesantren Annidhom Kota Cirebon Tahun 2020

Penulis mengikuti program S-1 Pada Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Program studi Ekonomi Syariah dan mengambil judul skripsi **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN MELALUI E-COMMERCE SHOPEE PADA MASYARAKAT MILENIAL DI KABUPATEN CIREBON”**. Dibawah bimbingan Ibu Nining Wahyuningsih, SE., MM dan Ibu Emah Nurhaerani, MH.



## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

*Bismillahirrahmanirrahim*

Alhamdulillahirabbil'alamiin. Segala puji hanya milik Allah Swt. Yang telah melimpahkan rahmat, taufik, hidayah, inayah, serta kepaahaman yang dianugerahkan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Melalui E-Commerce Shopee Pada Masyarakat Milenial Di Kabupaten Cirebon”**. Shalawat serta salam tercurahkan kepada kekasih kita kanjeng Nabi Muhammad SAW., kepada keluarganya, sahabatnya, serta seluruh ummatnya.

Selama proses penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya. Sebagai ungkapan rasa syukur, dalam kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Sumanta, M.Ag selaku Rektor IAIN Syekh Nurjati Cirebon
2. Bapak Dr. H. Aan Jaelani, M. Ag selaku Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon
3. Bapak Dr. Layaman, SE, M.Si selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon
4. Bapak H. Achmad Otong Bustomi, Lc, M.Ag, selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syari'ah.
5. Ibu Nining Wahyuningsih, SE., MM selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktu, memberikan banyak arahan, motivasi dan saran dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Ema Nurhaerani, MH selaku pembimbing II yang telah memberikan banyak motivasi dan saran dalam menyusun skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Jurusan Ekonomi Syari'ah, terima kasih atas ilmu yang telah diberikan kepada penyusun.
8. Ucapan terima kasih secara khusus penulis sampaikan kepada orang tua saya Bapak Usman dan Ibu Sofiyatun yang selalu memberi do'a, kekuatan pribadi dan kasih sayang yang tulus tiada henti.
9. Ucapan terima kasih untuk adik saya Zahra Aulia, orang tua kedua saya Bapak Irlan dan Ibu Emi yang senantiasa memberikan dukungan semangat dan doa dalam penyusunan skripsi penulis.

10. Ucapan Terimakasih untuk sahabat-sahabat saya, Wiwik Meliawati Safitri, Nur Hayyah Falabibah, Laelatul Fauziah, Nursiti, Diyah Ismiati, Lina Nur Jannah, Firdiana Rahmawati, Maulidiah, Siti Nur Farida yang selalu memberiku semangat dan support.
11. Teman-teman Ekonomi Syariah 2018 yang selalu membantu dalam arahan penyusunan skripsi.
12. Semua pihak yang belum disebutkan telah membantu dalam penulisan ini hingga selesai, semoga Allah SWT memberikan pahala yang bermanfaat atas bantuan yang telah diberikan.

Atas segala kebaikan dan bantuannya semoga senantiasa mendapat balasan pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT. Dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, baik dalam penulisan, penyusunan kata-kata, pengolahan data, maupun analisis data. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun, demi penyempurnaan skripsi ini. Namun demikian, penulis berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat, khususnya bagi penulis sendiri dan umumnya bagi para pembaca, dan dapat menambah pengetahuan serta referensi dalam khasanah ilmu pengetahuan.

***Wassalamu'alaikum Wr. Wb.***

Cirebon, 9 Juni 2022

Penulis

Aghniyatussalma

IAIN SYEKH NURJATI  
CIREBON

## Daftar Isi

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>v</b>
<b>NOTA DINAS</b> .....	<b>vi</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PERSEMBAHASAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>x</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>xi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>Daftar Isi</b> .....	<b>xiv</b>
<b>Daftar Tabel</b> .....	<b>xvi</b>
<b>Daftar Gambar</b> .....	<b>xvii</b>
<b>Daftar Diagram</b> .....	<b>xviii</b>
<b>Daftar Lampiran</b> .....	<b>xix</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI</b> .....	<b>xx</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang</b> .....	<b>1</b>
<b>B. Perumusan Masalah</b> .....	<b>7</b>
<b>C. Batasan Masalah</b> .....	<b>7</b>
<b>D. Tujuan Penelitian</b> .....	<b>7</b>
<b>E. Manfaat Penelitian</b> .....	<b>8</b>
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
<b>A. Landasan Teori</b> .....	<b>9</b>
<b>1. Harga</b> .....	<b>9</b>
<b>2. Kepercayaan</b> .....	<b>10</b>
<b>3. Keputusan Pembelian</b> .....	<b>12</b>
<b>4. E-Commerce</b> .....	<b>16</b>
<b>5. Generasi Milenial</b> .....	<b>18</b>
<b>B. Penelitian Terdahulu</b> .....	<b>20</b>
<b>C. Kerangka Pemikiran</b> .....	<b>25</b>

D. Hipotesis.....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>29</b>
A. Jenis Penelitian.....	29
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	29
C. Sumber Data Penelitian.....	29
D. Teknik Pengumpulan Data.....	30
E. Operasional Variabel Penelitian.....	31
F. Populasi dan Sampel.....	33
G. Metode Analisis Data.....	35
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>47</b>
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	47
1. Sejarah Berdirinya Shopee.....	47
2. Visi dan Misi Perusahaan.....	48
3. Produk Yang Ditawarkan Perusahaan.....	48
B. Hasil Penelitian.....	49
1. Karakteristik Responden.....	49
2. Deskripsi Variabel Penelitian.....	52
3. Hasil Analisis Data.....	59
a. Uji Kualitas Data.....	59
b. Uji Asumsi Klasik.....	61
c. Uji Hipotesis.....	64
C. Pembahasan.....	66
1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	66
2. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian.....	67
3. Pengaruh Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian...68	
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>70</b>
A. Kesimpulan.....	70
B. Saran.....	71
<b>Daftar Pustaka.....</b>	<b>72</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

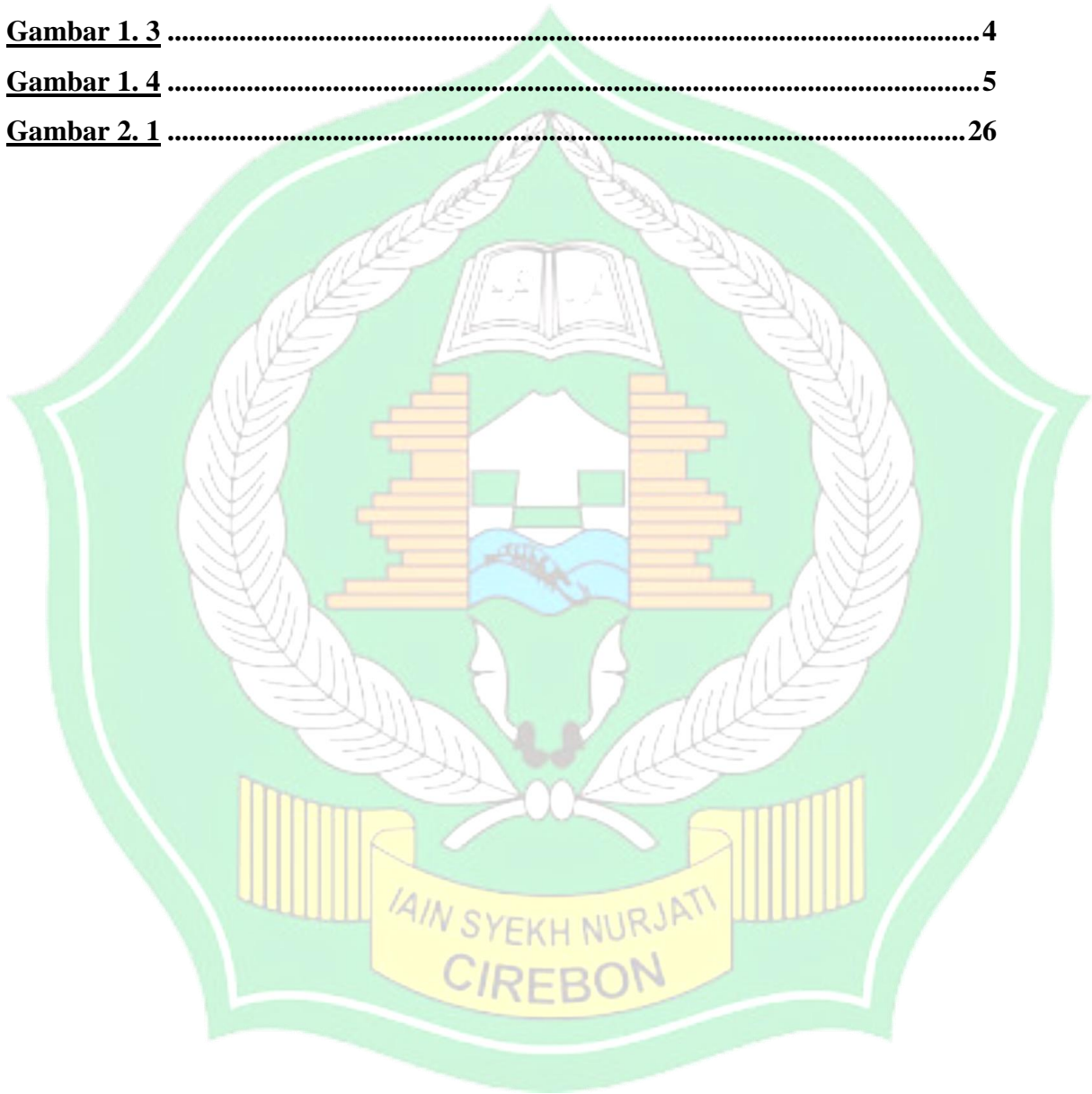


## Daftar Tabel

Tabel 2. 1 .....	21
Tabel 3. 1 .....	30
Tabel 3. 2 .....	31
Tabel 3. 3 .....	33
Tabel 4. 1 .....	43
Tabel 4. 2 .....	44
Tabel 4. 3 .....	45
Tabel 4. 4 .....	47
Tabel 4. 5 .....	49
Tabel 4. 6 .....	51
Tabel 4. 7 .....	53
Tabel 4. 8 .....	54
Tabel 4. 9 .....	54
Tabel 4. 10 .....	55
Tabel 4. 11 .....	56
Tabel 4. 12 .....	57
Tabel 4. 13 .....	57
Tabel 4. 14 .....	58
Tabel 4. 15 .....	59
Tabel 4. 16 .....	60
Tabel 4. 17 .....	60

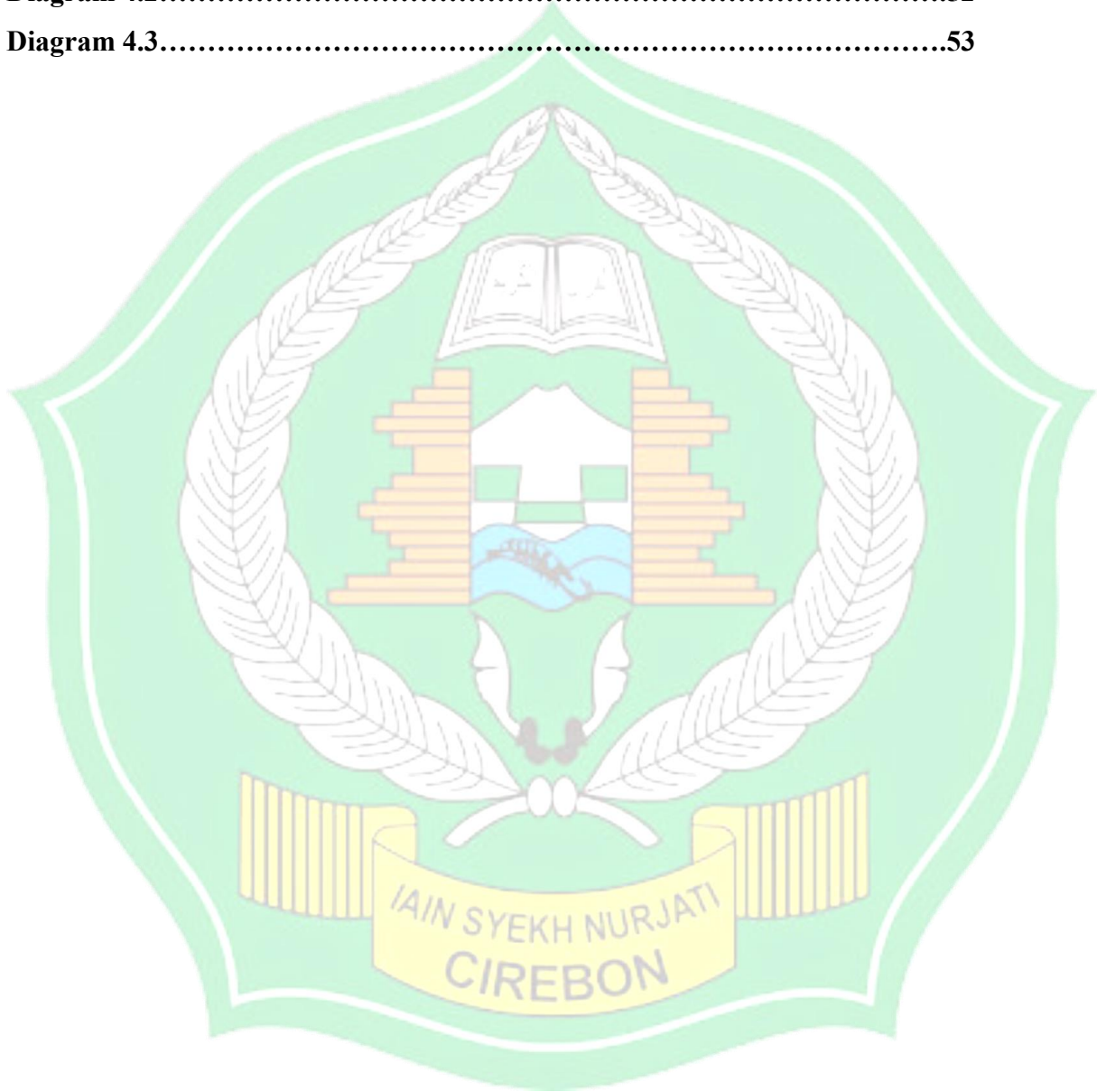
## Daftar Gambar

<b><u>Gambar 1. 1</u></b> .....	1
<b><u>Gambar 1. 2</u></b> .....	3
<b><u>Gambar 1. 3</u></b> .....	4
<b><u>Gambar 1. 4</u></b> .....	5
<b><u>Gambar 2. 1</u></b> .....	26



## Daftar Diagram

Diagram 4.1.....	51
Diagram 4.2.....	52
Diagram 4.3.....	53



## Daftar Lampiran

- Lampiran 1 Daftar Kuesioner
- Lampiran 2 Hasil Jawaban Kuesioner Responden
- Lampiran 3 Hasil Uji Karakteristik Responden
- Lampiran 4 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas
- Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 6 Hasil Uji Hipotesis
- Lampiran 7 r Tabel
- Lampiran 8 t Tabel
- Lampiran 9 F Tabel
- Lampiran 10 SK Dosen Pembimbing
- Lampiran 11 Kartu Bimbingan skripsi



## PEDOMAN TRANSLITERASI

### A. Konsonan

Fenomena konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dengan tanda dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Dibawah ini disajikan daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	S	Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥ a	ḥ	Ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ž	Zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	Ş	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ş a	Ş	Es (dengan titik dibawah)
ض	ḍ ad	ḍ	De (dengan titik dibawah)
ط	ṭ a	ṭ	Te (dengan titik dibawah)
ظ	ẓ a	ẓ	Zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	–‘	koma terbalik (didas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka

ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti bahasa Indonesia terdiri dari vokal tunggal atau *monofong* dan vokal rangkal atau *difong*.

### 1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya atau harakat, transliterasinya sebagai berikut :

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
— /	Fathah	A	A
— /	Kasrah	I	I
◌ُ	Dammah	U	U

Contoh :

كَتَبَ = *kataba*

سُوِّلَ = *su'ila*

حَسُنَ = *hasuna*

### 2. Tunggal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang labangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ي — /	fathah dan ya	Ai	a dan i
و — /	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh :

كَيْفَ = kaifa

قَوْلٌ = qaula

### 3. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
يا ___ /	fathah dan alif / ya	Â	a dan garis atas
ي ___ /	fathah dan ya	I	i dan garis atas
و ___	dammah dan wau	Ú	u dan garis atas

Contoh :

قَالَ سُبْحَانَكَ = qala subhānaka

إِذْ قَالَ يُوسُفُ لِأَبِيهِ = iz qalā yusufu li abihi

### 4. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua :

#### a. Ta Marbutah Hidup

*Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat *harakat fathah, kasrah, dan dammah*, transliterasinya adalah /t/.

#### b. Ta Marbutah Mati

*Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu di transliterasikan dengan /h/.

Contoh :

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ = raudah al-atfal atau raudatul atfal

طَلْحَةُ = talhah

## 5. Syaddah (Tasydid)

*Syaddah* atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, yaitu tanda *sayaddah* atau *tasydid*, dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi *syaddah* itu.

Contoh :

رَبَّنَا = rabbanā

نُعَم = nu'imā

## 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan ۱. Namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

### a. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah*

Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu

Huruf-huruf *syamsiah* ada empat belas, yaitu :

1.	ت	T	8.	ش	Sy
2.	ث	Ś	9.	ص	ş
3.	د	D	10.	ض	ḍ
4.	ذ	Ż	11.	ط	ṭ
5.	ر	R	12.	ظ	ẓ
6.	ز	Z	13.	ل	L
7.	س	S	14.	ن	N

Contoh :

أَلْدَّهْرُ = ad-dahru

أَلشَّمْسُ = asy-syamsu

أَلنَّمْلُ = an-namlu

أَللَّيْلُ = al-lailu



b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai juga dengan bunyinya.

Huruf-huruf *qamariah* ada empat belas, yaitu :

1.	ا	a, i, u	8.	ف	F
2.	ب	B	9.	ق	Q
3.	ج	J	10.	ك	K
4.	ح	h	11.	م	M
5.	خ	Kh	12.	و	W
6.	ع	-'	13.	ه	H
7.	غ	G	14.	ي	Y

Contoh :

أَلْقَمَرُ = *al-qamaru*

أَلْفَقْرُ = *al-faqrū*

أَلْغَيْبُ = *al-gaibu*

أَلْعَيْنُ = *al-'ainu*

## 7. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan dengan *apostrof*. Namun, hanya berlaku bagi hamzah yang terletak ditengah dan di akhir kata. Apabila terletak diawal kata, *hamzah* tidak dilambangkan karena dalam tulisan Arab berupa *alif*. Contoh :

سَيِّئٌ = *syai'un*

أَمْرٌ = *umirtu*

إِنَّ = *inna*

أَكَلَ = *akala*

## 8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fill* (kata kerja), *isim* (kata benda), dan *haraf*, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain, karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan, maka transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya. Contoh :

إِبْرَاهِيمُ الْخَلِيلُ

= *ibrahim al Khalil* atau *Ibrahimul-Khalil*

بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا = *Bissmillahi majraha wa mursaha*

## 9. Penulisan Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti berlaku dalam Ejaan Bahasa Indonesia yang Disempurnakan, antara lain huruf kapital digunakan untuk menulis huruf awal nama diri dan penulisan kalimat. Apabila nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandang. Contoh :

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ = *Wa ma Muhammad illa rasul*  
أَلْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ = *Alhamdu lillahi rabbil-'alamin*

Penggunaan huruf kapital untuk Allah berlaku jika dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian. kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga huruf dan harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh :

لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا = *Lillahi al-amru jami'an*  
وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ = *Wallahu bi kulli syai'in 'alim*

## 10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu, peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid. Untuk maksud ini pada Musyarakah Kerja Ulama Al-Quran tahun 1987/1988 dan tahun 1988/1989 telah dirumuskan konsep. Pedoman praktis tajwid Al-Quran ini sebagai pelengkap Transliterasi Arab-Latin.

